



CIMT_AP_ESP-19_T03

Técnicas de persuasão em vendas: como aplicar?

Disponível em: <https://blog.sebrae-sc.com.br/tecnicas-de-persuasao-em-vendas/>

Vender bem significa dominar seu próprio negócio, saber as tendências de mercado, entender fornecedores, concorrentes e consumidores. Um bom vendedor consegue identificar a necessidade do cliente e, claro, tem um bom poder de argumentação. Mas apenas a boa vontade não basta. O sucesso também depende de algumas técnicas de persuasão em vendas.

Antes de aprender como utilizá-las, é preciso desmistificar a palavra persuasão. O termo, muitas vezes ligado a um viés negativo, nada tem a ver com forçar uma venda. Pelo contrário. Persuadir significa melhorar a comunicação com o interlocutor. No caso de um negócio, esse é um caminho mais assertivo para o tão esperado sim do cliente.

Há uma infinidade de maneiras de ser persuasivo em uma venda. Desde a forma como o cliente é abordado até o uso de palavras específicas, existem métodos que podem ser determinantes nessa busca. Um ponto em comum é que estamos lidando com pessoas e, portanto, é primordial gerarmos confiança. E como alcançar esse estágio?

Abaixo, selecionamos algumas estratégias e pontos que ajudam nessa caminhada. Conheça seu cliente. Nem é preciso dizer que um atendimento de excelência é essencial. Por mais que seu produto ou serviço seja muito bom, se o consumidor não se sentir bem tratado não fechará negócio. Mais do que ser cordial, você deve entender as necessidades de quem está comprando.

Traçar o perfil do cliente permite desenvolver estratégias mais focadas. Empresas que investem em atendimento qualificado geram mais vendas e têm alta taxa de clientes satisfeitos – e conseqüentemente, fidelizados.

Faça uso dos gatilhos mentais

Um conceito que vem ganhando força entre as técnicas de persuasão em vendas nos últimos tempos são os gatilhos mentais. Na prática, são argumentos que se conectam à nossa mente e nos convencem a tomar decisões. No livro *As Armas da Persuasão – Como Influenciar e Não Se Deixar Influenciar*, o autor Robert Cialdini aborda seis desses gatilhos:

- reciprocidade;
- compromisso e coerência;
- aprovação social;
- afeição;
- autoridade; e
- escassez.



Eles são importantes porque, segundo alguns estudos, as decisões são tomadas primeiro em nosso inconsciente. Somente depois elas são levadas por algum motivo racional ao nosso consciente. Esse sistema costuma funcionar principalmente em ocasiões mais complexas (na decisão de comprar um imóvel ou um bem com maior valor, por exemplo). Nesse caso, a empatia – outro tema bastante usual hoje – é um aliado de peso! Colocar-se no lugar do outro ajuda a gerar confiança e melhora o relacionamento com o cliente.

Utilize as palavras certas

A palavra certa na hora certa pode fazer toda a diferença para uma venda. Quando estamos envolvidos em uma negociação, termos negativos devem ser evitados. Ao contrário, frases otimistas abrem portas! Tudo porque, como sabemos, a maior parte de nossas decisões é construída em nosso subconsciente.

Para a empresa de marketing HubSpot algumas palavras podem garantir o sucesso de uma venda:

- “Você” – reflete proximidade, deixando o cliente mais confortável;
- “Nome do cliente” – torna a conversa personalizada;
- “Valor” – diferente do preço, o valor representa como aquele produto ou serviço o ajudará a alcançar suas metas de vida;
- “E” – ao contrário do “mas”, que dá a ideia de contrariedade, o “e” significa integração;
- “Ou” – apresente opções para o consumidor;
- “Imagine” – faça o consumidor participar da história que você está contando para ele;
- “Cheire/ouça/toque/veja” – convide-o para experimentar seu produto antes de comprar;
- “Porque” – explique porque ele deve comprar o seu produto e não o concorrente;
- “Faço” – não diga que tentará, afirme que conseguirá;
- “Podemos fazer assim?” – ofereça alternativas, mas deixe que o cliente decida;
- “Consenso” – reforce o apoio de todas as partes na negociação;
- “Palavras poderosas” – o discurso do bom vendedor deve absorver termos como “sensacional”, “luta”, “felicidade”, “incrível”, “sensacional”, “vitória”, “trunfo”.
- “Oportunidade” – diga ao seu cliente que tem a oportunidade de solucionar seu problema.

Todas essas técnicas de persuasão em vendas devem estar aliadas a um bom plano de marketing. Saber em quais produtos ou serviços a empresa deve investir e como comunicar de forma eficiente é um passo importante.